

Выбор места жительства фактически означает выбор между различными типами пространства – пространством «места» и пространством «сетью». И сегодня локализованность, замкнутость социального пространства закрытого города оказывается одновременно и «выталкивающим» и «притягивающим» фактором.

Социальное пространство закрытого города конца нулевых годов качественно отличается от социального пространства 90-х – начала 2000-х, поскольку изменяется пространство представлений, пространство репрезентации [9], которое конструируется выходцами из закрытого города на основе установок, ценностей, жизненного опыта, под влиянием различных агентов социализации. Вследствие этого, внутригородская и региональная социальная политика должна проводиться с учетом этих тенденций.

Список литературы

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
2. Хохлова А. М. Мигрант как наивный этнограф // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. X. № 1. С. 162–179 с.
3. Население России 2007: Пятнадцатый ежегодный демографический доклад / отв. ред. А. Г. Вишневский. М., 2009. 296 с.
4. Вирт Л. Избранные работы по социологии. Сборник переводов. М.: Ин-он, 2005. 150 с.
5. Лаппо Г., Полян П. «Закрытые города» // Социологические исследования. 1998. № 2. С. 43–48.
6. Лаппо Г., Полян П. Наукограды России: вчерашние запретные и полузапретные города – сегодняшние точки роста // Мир России. 2008. № 1. С. 20–49.
7. Губницын А. Моногород: развитие или дожитие? [Электронный ресурс]. URL: http://www.echo.msk.ru/blog/anton_sevsk/883208-echo/.
8. Данные исследования проведенного в рамках проекта «Динамика практик и стратегий жизнеобеспечения населения моногородов», поддержанного РФФИ-Урал, № 10-06-96021.
9. Лефевр А. Социальное пространство // Неприкосновенный запас. 2010. № 2 (70). [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/le1.html>.

Н. В. Дулина

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА РЕГИОНА

В настоящее время в социологии, социальной психологии и других смежных дисциплинах активно формируются научные представления о том, что масштабность и стремительность социальных трансформаций отдельных территорий страны во многом определяются уровнем социально-психологического комфорта (или дискомфорта) жителей конкретного региона [1–3; 5–9]. Участие в проекте

«Социокультурная эволюция России и ее регионов» (данную программу инициировал Центр изучения социокультурных изменений – ЦИСИ – Института философии РАН, руководитель Центра – член-корреспондент РАН Н. И. Лапин) [10], лишний раз убеждает в правильности данных представлений. Цель программы, реализуемой ЦИСИ при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ) с 2005 г., обеспечение комплексности изучения, проблемно-аналитического характера и сопоставимости социокультурных характеристик регионов России [1; 3; 5; 7; 8].

Обосновывая тот факт, что социальное самочувствие является одним из факторов формирования социокультурного пространства региона, мы исходим из следующего предположения. Понимание региона как социальной системы делает необходимым признание того, что он обладает всеми свойствами систем, общими из которых являются: целостность (эмерджентность), целенаправленность функционирования, иерархичность строения, сложность строения, вероятностный характер состояния и поведения, способность к самоорганизации. Частным случаем проявления обозначенных особенностей являются: способность выявлять и удовлетворять свои потребности или способность решать свои проблемы, способность к самообучению и саморазвитию. Мы понимаем регион как социальную систему, расположенную в конкретных условиях географического пространства, поскольку вероятность появления и скопления социально-значимых ролей региона зависит от наличия природных ресурсов, климата и т. д. Данное уточнение позволяет более корректно рассматривать социальное пространство региона в контексте важнейшей социологической проблемы социальных взаимодействий. Именно взаимодействия индивидуальных и/или коллективных агентов есть основной источник воспроизводства и изменений социального пространства региона. В социальном пространстве взаимодействия носят упорядоченный характер, что определяется позициями социальных агентов, степенью глубины социальных дистанций. Социальное пространство конструируется в процессе обмена социальными практиками, социально значимыми ресурсами и, следовательно, выступает «местосвершением» подобных обменов, в процессе которых объективируются социальные дистанции, подтверждаются либо изменяются позиции социальных акторов [4].

В качестве иллюстрации выдвинутого предположения сошлемся на данные, полученные в ходе проведения инициативного мониторингового исследования «Волгоградский Омнибус». «Волгоградский Омнибус» - регулярное исследование, проводимое Центром «Аналитик» (Волгоград), начиная с 2005 г. Исследование проводится восемь раз в год (два раза в квартал). Сроки проведения полевого этапа последней в 2012 г. волны – с 22 ноября 2012 г. по 5 декабря 2012 г. Общий объем выборки составил 801 интервью, в том числе в Волгограде – 403 интервью, в Волжском – 146 интервью, в Камышине – 80 интервью, в Михайловке, Урюпинске и Фролово – 172 интервью. Максимальная статистическая погрешность выборки такого объема при уровне значимости 0,05 со-

ставляет 3,5 %. В качестве метода исследования был использован метод САТИ-интервью (Computer Assistant Telephone Interview).

Блок вопросов, посвященных оценке показателей социального самочувствия и потребительских настроений населения, традиционно включается в инструментарий проекта «Волгоградский Омнибус». Данные, полученные в ходе исследования, используются для расчета ряда частных индексов, которые агрегируются в интегральный показатель – индекс потребительских настроений населения¹. «Значения индекса могут изменяться в пределах от 0 до 200. Индекс равен 200, когда все население положительно оценивает экономическую ситуацию. Индекс равен 100, когда доля положительных и отрицательных оценок одинакова. Значения индекса ниже 100 означают преобладание в обществе негативных оценок.

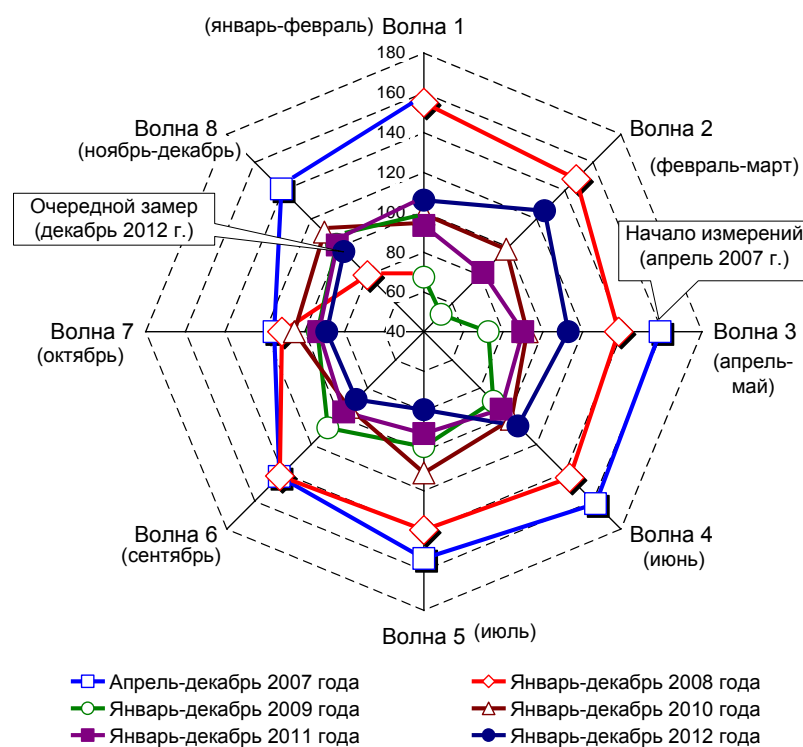


Рис. Изменение показателя индекса потребительских настроений жителей Волгограда, начиная с апреля 2007 г.

Данные, полученные в ходе последней (декабрьской) волны исследования в части, характеризующей социальное самочувствие жителей региона (а точнее, городского населения области), остаются, по-прежнему, крайне низкими, что по вполне понятным причинам не может не вызывать тревогу. Напомним, что «социальное самочувствие» представляет собой сложный комплексный показатель социального мироощущения, который не сводим исключительно к уровню дохода, к осознанию себя бедным или обеспеченным, но связь «материальное положение – социальное самочувствие» прослеживается наиболее ярко: соци-

¹ Методика расчета индекса потребительских настроений детально изложена на сайте Центра «Аналитик» в разделе «Методики».

альное самочувствие понимается как восприятие собственных шансов по «выживанию» в конкретных социально-экономических обстоятельствах.

Социальное самочувствие как индикатор удовлетворенности или неудовлетворенности человека своим социальным положением, индикатор настроений и ориентаций проявляется как целостная эмоциональная реакция субъекта на воздействие социальной среды и условий его жизнедеятельности.

Социальное самочувствие выступает как один из результатов саморефлексии человека: оценки собственной жизни, своих успехов и неудач, а также жизненных перспектив. А в конечном итоге, как успехов и неудач места (территории) своего проживания.

Список литературы

1. Беляева Л. А. Динамика уровня жизни в России и регионах: ловушки переходного периода // Социокультурные основания стратегии развития регионов России: матер. V Всерос. науч.-практ. конф. «Социокультурная эволюция России и ее регионов» (Смоленск, 6–9 октября 2009 г.). Смоленск: «Универсум», 2009. С. 23–30.
2. Беляева Л. А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации // Социологические исследования. 2009. № 1. С. 33–42.
3. Винокуров А. И. Социокультурные ограничения развития Смоленской области // Социокультурные основания стратегии развития регионов России: матер. V Всерос. науч.-практ. конф. «Социокультурная эволюция России и ее регионов». Смоленск: «Универсум», 2009. С. 10–18.
4. Дулина Н. В. Город в трансформирующемся обществе: методология и практика исследования / под общ. ред. проф. З. Т. Голенковой. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2006. 387 с.
5. Лапин Н. И. Турбулентно-застойные сферы региональных сообществ и проблема институтов их саморазвития // Социокультурные основания стратегии развития регионов России: матер. V Всерос. науч.-практ. конф. «Социокультурная эволюция России и ее регионов». Смоленск: «Универсум», 2009. С. 40–51.
6. Маслова Т. Ф. Социальное самочувствие как показатель социокультурной интеграции // Социальное самочувствие населения в современной России: тезисы докл. Всерос. науч.-практ. конф. (4–5 октября 2010 г., г. Ставрополь). Ростов-на-Дону: Изд-во ЮНЦ РАН, 2010. С. 131–134.
7. Новые проблемы социокультурной эволюции регионов: сб. матер. VII Всерос. науч.-практ. конф. «Социокультурная эволюция России и ее регионов (12–15 октября 2011 г., Казан. нац. исслед. технол. ун-т). Казань: КНИТУ, 2011. 444 с.
8. Проблемы модернизации в социокультурных портретах регионов России: сб. матер. Всерос. науч.-практ. конф. «Социокультурная эволюция России и ее регионов» (22–25 октября 2012 г., Институт социально-политических и правовых исследований Республики Башкортостан). Уфа: АН БР, Гилем, 2012. 472 с.

9. Социальное самочувствие населения современной России: тезисы докл. Всерос. науч.-практ. конф. (4–5 октября 2010 г., г. Ставрополь). Ростов-на-Дону: Изд-во ЮНЦ РАН, 2010. 268 с.
10. Социокультурный портрет региона. Типовая программа и методика: матер. конф. «Социокультурная карта России и перспективы развития российских регионов» (Москва, 27 июня – 1 июля 2005 г.). М.: ИФ РАН, 2006. 328 с.

Е. Н. Заборова

ГОРОДА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПРОСТРАНСТВА РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

В докладе представлена общая картина современного состояния городов Свердловской области с учетом исторических факторов. Анализируются общие характеристики городов, экономическая, политическая компоненты, городская социокультурная матрица.

Общая характеристика городов Свердловской области. Свердловская область – регион с развитой системой городских поселений. По количеству городов область уступает только Московской области. По параметру людности города Свердловской области представлены всеми типами городов: малыми и средними, большими, крупными, крупнейшими. Городское население сосредоточено в двух полярных типах поселений – в городе-миллионнике Екатеринбурге и в малых и средних городах, следовательно, проблемы городов Свердловской области – это главным образом проблемы крупного мегаполиса и проблемы малого монопрофильного города. При анализе списка уральских городов возникает вопрос о законности отнесения к типу «город» шести поселений, численность населения которых колеблется от 11,2 до 7,4. *Насколько числовой критерий адекватно отражает сущность города как типа поселения? Каковы его ограничения? По каким признакам мы относим поселение к типу «город»?*

За последние годы отмечается тенденция перемещения городов в меньшие по численности поселения, также сокращается численность поселков городского типа. Усиливается агломерационный эффект.

Географическое расположение городов Свердловской области. Область расположена в предгорьях Среднего и Северного Урала, на ее территории протекают крупные реки, она отличается богатством природных ресурсов. В целом область характеризуется неравномерностью распределения городских поселений. Урал по своему географическому положению оценивается как так называемый «срединный регион». *В чем специфика срединного региона? В чем его преимущества и недостатки?*

Роль городов Урала в истории российского государства. Роль Урала в русской истории и русской географии чрезвычайно велика. Активное развитие Урала начинается с XVI в., когда купцы Строгановы начали осваивать земли на р. Каме и р. Чусовой. Урал был важным звеном в формировании государственной территории нашей страны: вначале – опорой в присоединении к Европей-